

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

RICARDO JOSÉ DA COSTA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA O DESENVOLVIMENTO
DA EMPRESA TRAINING - CAPACITAÇÃO
PROFISSIONAL**

**Curitiba – PR
2011**

RICARDO JOSÉ DA COSTA

**PLANO DE NEGÓCIO PARA O DESENVOLVIMENTO DA
EMPRESA: TRAINING - CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL**

Monografia apresentada à conclusão do
Curso de Pós Graduação, MBA Gestão
Estratégica turma 2009 e Documentação,
Setor de Ciências Sociais Aplicadas,
Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Cleverson Renan Cunha

**CURITIBA
2011
SUMÁRIO**

SUMÁRIO

Introdução.....	06
Referencial Teórico.....	11
<i>Estrutura de um Plano de Negócio.....</i>	<i>19</i>
Training Capacitação Profissional Plano de Negócio.....	28
<i>Sumário Executivo.....</i>	<i>29</i>
<i>Indicadores de Viabilidade.....</i>	<i>32</i>
<i>Descrição Geral do Negócio.....</i>	<i>32</i>
<i>Missão da Empresa.....</i>	<i>33</i>
<i>Setor de Atividade.....</i>	<i>34</i>
<i>Forma Jurídica e Enquadramento Tributário.....</i>	<i>34</i>
<i>Capital Social.....</i>	<i>35</i>
<i>Fonte de Recursos.....</i>	<i>36</i>
<i>Plano de Marketing.....</i>	<i>36</i>
<i>Análise Swot.....</i>	<i>42</i>
<i>Parcerias.....</i>	<i>45</i>
Plano Operacional.....	45
<i>Capacidades Produtivas.....</i>	<i>45</i>
<i>Processos Operacionais.....</i>	<i>47</i>
<i>Necessidade de Pessoas.....</i>	<i>48</i>
Plano Financeiro.....	49
<i>Estimativa de Investimentos.....</i>	<i>50</i>
<i>Contas a Receber Cálculo do Prazo Médio de Vendas.....</i>	<i>51</i>
<i>Cálculo da Necessidade Líquida de Capital de Giro em Investimento Pré-operacionais.....</i>	<i>52</i>
Estimativa de Faturamento Mensal.....	54

Estimativa de Custo Fixo Operacionais Mensal.....	55
<i>Lucratividade, Rentabilidade, Prazo de Retorno.....</i>	<i>56</i>
Plano de Trabalho Pedagógico Geral.....	57
Conclusão.....	56
Anexo.....	60
Bibliografia.....	66

/

“Decerto, é muito difícil dizer: mudemos as coisas, busquemos novas possibilidades, tentemos transformar os partidos, discutir, fazer análises, tentemos compreender a nova estrutura social, elaborar novos programas econômicos. Pode ser difícil: mas tudo isso é necessário, não há alternativa. Como também é necessário saber que há coisas que não podem ser feitas do dia para a noite”.

Karl Marx

INTRODUÇÃO

Estamos vivendo em uma nova era, onde o conhecimento é a fonte de diferencial, de resultados e competitividade. As empresas e o mercado de trabalho estão cada vez mais complexos, competitivos e agressivos, exigindo um grau de capacitação altíssimo para àqueles colaboradores que nele estão inseridos. Partindo dessa realidade, o objetivo deste trabalho é desenvolver estes profissionais e qualificá-los de forma a aprimorar seus conceitos, contribuir para que estes colaboradores estejam mais engajados na vanguarda de suas empresas, diminuindo as dificuldades para articular os conceitos aprendidos ao longo de suas vidas.

Pretende-se por meio de processos de gestão e avaliação, diagnosticar as principais demandas levantadas no mercado atual, relacionadas à de capacitação e aperfeiçoamento de colaboradores, focalizando o espaço da formação continuada, suas representações, materializações e possibilidades de ampliação de práticas profissionais que avancem construindo conhecimentos que retroalimentem o trabalho nas corporações e com base nos diagnósticos organizacionais dentro dos espaços formativos considerando temas, materiais necessários, metodologias e princípios epistemológicos necessários ao desenvolvimento das ações voltadas à formação continuada dos colaboradores de empresas diversas, acompanhando a execução das atividades formativas possíveis nos planejamentos de acordo com os movimentos desencadeados pelos processos empresariais. É com este objetivo de amenizar estas lacunas, que se desenvolverá neste trabalho um plano de negócio, onde se criará a TRAINING CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL, uma empresa voltada a capacitação e a qualificação de pessoas, para atender este mercado crescente de

prestação de serviços no Brasil, visando qualificar melhor e com mais eficiência estes colaboradores com o intuito de prepará-los para uma vida profissional mais apta e adequada.

Muitas destas organizações que estão em busca de profissionais no mercado, usam destes recursos de capacitação e desenvolvimento de pessoas para alavancarem seus resultados e conseqüentemente torná-las mais competitivas e duradouras no mercado em que atuam, como diz CHIAVENATO (1994, p. 126), “Treinar é o ato intencional de fornecer os meios para proporcionar a aprendizagem”, não há possibilidade de nos desenvolvermos economicamente e, conseqüentemente, elevamos o nosso nível social, sem aumentarmos as nossas habilidades, sejam elas intelectuais ou técnicas, este é o intuito da criação deste plano de negócio, nada mais é do que, o refinamento e lapidação da Training Capacitação Profissional. Logo, aumentar a capacitação e as habilidades das pessoas é função primordial do treinamento, é educar, ensinar, mudar o comportamento, fazer com que as pessoas adquiram novos conhecimentos, novas habilidades, ensiná-las a mudar de atitude.

Empresas bem sucedida contam com profissionais que possuem uma mente aberta, ágil, inovadora e empreendedora. Nesse âmbito, o capital intelectual ganha destaque para que o trabalho em equipe atinja seus resultados e que produza uma organização para transformar o conhecimento especializado de uma equipe em performance eficaz na execução do serviço, GUEDES (2007).

Treinar no sentido mais profundo é ensinar a pensar, a criar e a aprender a aprender, as pessoas constituem o aspecto mais importante e dinâmico de uma organização, e estas mesmas pessoas estão buscando meios disponíveis de criar condições para que elas se qualifiquem dentro deste novo mercado em que vivem, como diz CHIAVENATO (2002, p. 210) “Uma incrível aptidão para desenvolvimento, que é a capacidade de aprender novas habilidades, obter, novos conhecimentos e modificar atitudes e comportamentos.”

A missão do Training Capacitação Profissional pode ser descrita como uma atividade que visa: ambientar os novos funcionários, fornecer aos mesmos novos conhecimentos, desenvolver comportamentos necessários para o bom andamento do trabalho, e, atualmente, vem tendo a sua maior missão que é de conscientizar os funcionários da importância de autodesenvolver-se e de buscar o aperfeiçoamento contínuo.

Ao se treinar um empregado, ele se sentirá prestigiado perante sua empresa, pois desta forma ela demonstra sua preocupação em capacitar bem seus profissionais, dando-lhe a oportunidade de crescimento pessoal e profissional. Atualmente, é o empregado quem busca constante capacitação, de forma a tomar decisões que correspondam à realidade e não a algum modelo obsoleto de realidade, com a finalidade de transpor limites e criar novas oportunidades em sua empregabilidade. Novos conceitos quanto à formação de um profissional com alta empregabilidade têm se firmado cada vez mais no cenário organizacional e no mercado de trabalho.

Neste mesmo contexto em que organizações investem em capacitações e buscam cada vez mais colaboradores altamente qualificados, existe em contrapartida um cenário onde estas mesmas organizações estão terceirizando grande parte de seus setores para redução de custos e aumento de seus lucros, criando uma prática usada em larga escala. Apesar das várias vantagens, a terceirização deve ser praticada com cautela. Há uma má gestão que implica para as empresas um descontrole e desconhecimento de sua mão-de-obra, a contratação involuntária de pessoas inadequadas, perdas financeiras em ações trabalhistas movidas pelos empregados terceirizados, dentre outros problemas. Esta busca desasabiada por terceirizar deu margem a criar uma quantidade de empresas prestadoras de serviços de má qualidade, com profissionais desqualificados e despreparados para atender estas mesmas organizações que visam a qualificação como arma de competitividade, criando uma lacuna entre o querer ter e o poder dar.

Neste trabalho foi escolhido o Plano de Negócio por ser uma ferramenta de muita importância para prevenir erros e ter a visão de como será no futuro o empreendimento de aplicação desta tese, e também para se ter um fator norteador que visa planejar o futuro, como já dito, e controlar seus processos com maior previsibilidade, onde no seu contexto visa minuciar detalhes que poderiam passar despercebidos ao longo de sua implantação. O plano de negócio ajudará a desenvolver uma estratégia consolidada de onde deseja-se chegar com este trabalho, iluminando os fatos propostos no empreendimento, agindo de forma a melhorar suas probabilidade de sucesso, forçando a examinar de perto cada elemento deste empreendimento com suas perspectivas.

Como afirma BETHLEM (1998), a melhoria da qualidade da capacitação e aperfeiçoamento na sociedade empresarial supõe a gestão e processos avaliativos dos mais variados aspectos das instituições parceiras, que auxiliem a construir um desenvolvimento humano de qualidade. O processo, capacitação e aperfeiçoamento é um dos elementos que sempre exige avaliações a fim de que seja constantemente reinventado, isso porque deve ter uma relação orgânica com as corporações, colaboradores e demais grupos que o compõem. Desse modo, a Gestão no contexto empresarial, constitui ações fundamentais na organização e materialização de processos decisórios que possibilitam a realização de seus objetivos, bem como o estabelecimento de relações mútuas entre a sociedade, empresa e seus participantes voltados à consecução dos objetivos e metas. Reavaliar as práticas de Gestão à luz de um processo societário e empresarial que insiste em apenas subalternizar as pessoas, suas ações, interditando o direito ao acesso aos conhecimentos torna-se fundamental para tomar decisões na direção da democratização dos objetivos e consolidação do papel social das empresas. Por isso, é necessário servir-se da Gestão no contexto de capacitação contínua como ferramenta dos Projetos Político-Culturais que pretende superar o modelo dominante, por meio de reflexões sobre as práticas e a construção de conhecimentos e ações que auxiliem no desenvolvimento e capacitação democráticos. Portanto, trabalhar no auxílio á obtenção dos objetivos e consolidação de valores humanos e científicos com os cidadãos de todas as idades.

Referencial Teórico

“Consequentemente, uma das dificuldades que eles enfrentam é a preparação e redação de um plano de negócio. Porém, qualquer que seja a dificuldade que a preparação de um plano de negócios possa apresentar, ele é uma necessidade absoluta para qualquer negócio.” ERIC S. SIEGEL / LOREN A. SCHOLTZ / BRIAN R. FORD e DAVID C. CARNEY (1992)

O planejamento de um empreendimento requer do empreendedor algo além de tentar adivinhar o futuro, é necessário procurar prevê-lo, com o intuito de minimizar incertezas e provavelmente evitar futuras surpresas que possam vir a comprometer o desenvolvimento do negócio. Planejar não significa a eliminação de todos os riscos, porém é de grande ajuda para o empreendedor na tentativa de eliminar qualquer possibilidade de erros, além disso, planejar pode possibilitar ao empresário a busca de melhores soluções para possíveis problemas.

Dentre os conceitos formulados por diversos autores para definir Plano de Negócio, DOLABELA (1999, p.127) assim o considera: *“O Plano de Negócio é a validação da ideia, a análise de sua viabilidade como negócio. Ele estimula a forma de percepção e apreensão da realidade utilizada pelo empreendedor”*.

Conforme os autores, ERIC S. SIEGEL, LOREN A. SCHULTZ, BRIAN R. FORD e DAVID C. CARNEY (1993), definem em suas palavras: “um plano de negócio serve a três funções: os empreendedores costumam ser mais realizadores do que redatores de propostas. Frequentemente, eles preferem estar no campo de batalha do que na vanguarda da empresa.”

Os mesmos autores defendem que: “em primeiro lugar eles é um plano que pode ser usado para desenvolver ideias a respeito de como o negócio deve ser

conduzido, é uma oportunidade para refinar as estratégias e cometer erros no papel. Em segundo lugar é uma ferramenta retrospectiva, em relação à qual um empresário pode avaliar o desempenho atual de uma empresa ao longo do tempo. E em terceiro, a razão para se redigir um plano de negócio é aquela da qual as pessoas se lembram em primeiro lugar, isto é levantar dinheiro.”

Segundo a FIESP (2003): “O Plano de Negócio é um documento que reúne informações sobre as características, condições e necessidades do futuro empreendimento, com o objetivo de analisar sua potencialidade e viabilidade, facilitando sua implantação”.

Já BRAIT (2001, p. 92) considera que: “Plano de Negócio é um checklist de ações a serem formadas pelo empreendedor, e que, quando aplicadas corretamente, no início de um novo negócio, forma um alicerce extremamente firme, com linhas bem definidas”. De forma mais sintética, Woiler (2000, p. 34) se refere a Plano de Negócio, utilizando a nomenclatura de Projeto, da seguinte forma: “Um projeto pode ser entendido como um conjunto de informações, que são coletadas e processadas, de modo que simulem uma dada alternativa de investimento para testar sua viabilidade.”

Segundo a WIKIPÉDIA (2010), Plano de negócios vem do inglês Business Plan, também chamado "plano empresarial":

é um documento que especifica, em linguagem escrita, um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado, e geralmente é escrito por empreendedores, quando há intenção de se iniciar um negócio, mas também pode ser utilizado como ferramenta de marketing interno e gestão. Pode ser uma representação do modelo de negócios a ser seguido. Reúne informações tabulares e escritas de como o negócio é ou deverá ser.

De acordo com o pensamento moderno, a utilização de planos estratégicos ou de negócios é um processo dinâmico, sistêmico, participativo e contínuo para a determinação dos objetivos, estratégias e ações da organização; assume-se como um instrumento relevante para lidar com as mudanças do meio ambiente interno e externo e para contribuir para o sucesso das organizações, é uma ferramenta que concilia a estratégia com a realidade empresarial. O plano de negócio é um documento vivo, no sentido de que deve ser constantemente atualizado para que seja útil na consecução dos objetivos dos empreendedores e de seus sócios.

Segundo a WIKIPÉDIA (2010), plano de negócio "é uma obra de planejamento dinâmico que descreve um empreendimento, projeta estratégias operacionais e de inserção no mercado e prevê os resultados financeiros, a estratégia de inserção no mercado talvez seja a tarefa mais importante e crucial do planejamento de novos negócios."

Para os autores do GUIA ERMEST & YOUNG (1993), um plano de negócio "é um documento concebido para mapear o curso de uma empresa ao longo de um período específico de tempo, [...] é um documento híbrido, parte projeção

pragmático e parte ferramenta de vendas, ele deve caminhar sobre uma linha estreita, tanto em conteúdo como no tom de apresentação.”

O plano de negócio está conceituado de uma forma mais básica que serve de instrumento de planejamento, no qual as principais variáveis envolvidas em um empreendimento são apresentadas de forma organizada. Obviamente o processo de fazer planos para a criação de um novo negócio sempre existiu, mesmo que de forma empírica ou somente na mente do empreendedor. A montagem de um documento com a análise das principais variáveis envolvidas no futuro negócio, ordenadas segundo um modelo, ou uma ordem lógica, que é o que caracteriza um plano de negócio, é relativamente recente.

Para a maioria dos empreendedores, a elaboração do plano de negócio tem como principal objetivo a apresentação do empreendimento a possíveis futuros parceiros comerciais como sócios. Porém, o principal benefício da montagem de um plano de negócio está no conhecimento adquirido pelo próprio empreendedor durante este processo, induzindo a realização de forma organizada, forçando o empreendedor à reflexão.

A existência de um plano de negócio dentro de um planejamento estratégico aumenta a possibilidade de uma empresa aproveitar potencialidades e oportunidades atuais e futuras, ao mesmo tempo que permite reduzir a probabilidade de restrições e ameaças, podendo, a partir delas, prever boa parte dos riscos e situações operacionais adversas, mas um bom planejamento deve possuir todo um conjunto de características específicas de forma a ser suficientemente flexível para se ajustar a evolução do ambiente onde o empreendedor deseja se estabelecer.

O plano de negócio é um documento resultante de uma metodologia de planejamento que define o ponto de partida, os objetivos da empresa e traça o percurso que ela deve seguir. Na sua essência, trata-se de um documento funcional para ajudar empresários ou gestores executivos e as organizações a conduzirem os seus negócios.

No Guia Da ERNST & YOUNG PARA DESENVOLVER SEU PLANO DE NEGÓCIOS (1992), planejar é essencial para o sucesso de qualquer tarefa, significa formular metas, objetivos e estabelecer orientações para o futuro de uma empresa ou oportunidade de negócio. Deste modo, há um determinado número de fatores críticos que deverão ser levados em consideração para um processo de planejamento com sucesso:

Metas - Estabelecer metas realistas a atingir. Essas deverão ser específicas, mensuráveis e estabelecidas com limites temporais. Compromisso - A tarefa a empreender deverá ser assumida por todos os envolvidos.

Prazos - Deverão ser estabelecidas datas-chave, subdividindo a meta final e permitindo uma monitorização contínua e uma medição da evolução no tempo.

Contingências - Eventuais obstáculos deverão ser antecipados e estratégias alternativas deverão ser formuladas.

Entre vários benefícios citados pelos maiores pensadores a maioria converge para as seguintes opções:

- O plano de negócio orienta o empreendedor a iniciar sua atividade econômica ou expandir o seu negócio.

- Permitir estruturar as principais visões e alternativas para uma análise correta de viabilidade do negócio pretendido e minimiza os riscos já identificados.
- Contribuir para o estabelecimento de uma vantagem competitiva, que pode representar a sobrevivência da empresa.
- Servir como instrumento de solicitação de empréstimos e financiamentos junto a instituições financeiras, novos sócios e investidores.
- Definir claramente o conceito do negócio, seus principais diferenciais e objetivos financeiros e estratégicos.
- Mapear de maneira detalhada O QUE será feito, POR QUEM será feito e COMO será feito, para que os objetivos do negócio sejam atingidos;
- Relacionar os produtos que serão oferecidos ao mercado;
- Definir A QUEM vai ser oferecido e QUEM vai competir com o novo negócio;
- Posicionar COMO o cliente vai ser localizado e atendido;
- Mapear QUANTO será necessário investir no novo negócio, e QUANDO será o retorno financeiro previsto;
- Descrever QUANDO poderão ser realizadas as atividades e como serão atingidas as metas;
- Identificar os riscos e minimizá-los, e até mesmo evitá-los através de um planejamento adequado;
- Identificar os pontos fortes e fracos da organização e compará-los com a concorrência e o ambiente de negócios em que se atua;
- Conhecer o mercado de atuação e definir estratégias de marketing para seus produtos e serviços;

- Analisar o desempenho financeiro de seu negócio, avaliando os investimentos, retorno sobre o capital investido.

A construção do plano de negócio não deve restringir-se a um modelo previamente elaborado. Um dos erros mais comuns na escrita dos planos reside na pouca originalidade que muitos têm. Muitos empreendedores limitam-se a “emprestar” informação de outros documentos. Este método de construção não é correto, pois cada negócio funciona de uma maneira individual, e cada tópico relevante necessita de ser fundamentado e posteriormente revisto.

Ao elaborar um planejamento deste porte deve-se levar em consideração alguns elementos fundamentais para um plano mais conciso e estruturado minimizando futuros erros no processo, tais como:

- Definir os objetivos – Ao definirem-se estes objetivos o empreendedor consegue decidir qual o conteúdo e respectivo ênfase que coloca em todas as seções do documento.
- Atribuir tempo suficiente para investigação
- A qualidade é proporcional ao tempo que se dedica à investigação antes da sua elaboração. É possível obter informação sobre o crescimento de mercado, perspectiva da indústria e perfis de clientes em bibliotecas, através da internet e em serviços de base de dados pagos. Para além de fatos publicados, é possível realizar entrevistas a fornecedores, especialistas e concorrentes – quanto melhor se conhecer a indústria, clientes e competição do negócio melhor se conseguirá fundamentar o plano.

- Garantir que as projeções financeiras sejam credíveis – para muitos é a relevância do plano, pois a partir dela é possível identificar as necessidades financeiras para o empreendedor e é possível analisar o potencial de lucro do negócio, para além de garantir a credibilidade, GUIA DA ERNST & YOUNG (1992).

Estrutura de um Plano de Negócio

Segundo o Sebrae o plano completo usualmente é visto como uma coleção de sub-planos, incluindo "Plano financeiro", "Plano de marketing", "Plano de produção", e "Plano de recursos humanos". Desse modo, espera-se compreender seus produtos e serviços, seu mercado, sua situação financeira, sua estratégia de marketing, e demais C. CARMEY (1993).

- **Capa e Sumário**

A capa do plano de negócio fornece a primeira impressão e pode determinar o grau de atenção que o leitor proporcionará inicialmente para o documento. O sumário deve conter o título de cada seção do *plano de negócio* — no caso impresso também a página respectiva onde se encontra.

- **Função**

Explica o modelo de negócios básico, fornece uma explanação dos fundamentos e justificativas gerais para a estratégia que se tem em vista.

- **Recomendações**

Deve ser escrito com muita atenção, revisado várias vezes e conter uma síntese das principais informações que constam no texto do *plano de negócio*. Deve ser dirigido e explicitar qual o objetivo do *plano de negócio*.

O sumário executivo deverá focar os seguintes aspectos:

- Breve descrição da empresa - referir o nome, o que vende e a quem;
- Como surgiu a ideia de criar a empresa - contextualizar a o surgimento da ideia, se de uma necessidade de mercado percebida, se decorrente de alterações legislativas, etc.;
- Apresentação do conceito de negócio - referir que produtos ou serviços serão vendidos, a que clientes e mercados e com que vantagens competitiva;
- Definição da proposta de valor - qual o valor que o produto ou serviço irá acrescentar ao cliente.

- **Resumo**

- Antecipar os pontos principais do documento, permitindo ao leitor construir um quadro mental para organizar e compreender a informação detalhada na parte principal do relatório;
- fixar os resultados chaves e as recomendações que estão no documento.

Um resumo é na sua natureza, similar a outros resumos no seu objetivo principal, o qual consiste em fornecer uma versão condensada do conteúdo de um relatório longo.

Os elementos que o relator possui inclui no seu resumo executivo, assim como a sua extensão, depende normalmente do objetivo, da natureza e do destinatário do documento, GUIA DA ERNST & YOUNG (1992)

Planejamento Estratégico

Planejamento estratégico é onde são definidos os rumos do empreendimento, sua situação atual, suas metas e objetivos de negócio, uma análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), bem como a descrição da visão e missão do empreendimento. É a base para o desenvolvimento e implantação das demais ações do empreendimento.

- **Descrição da Empresa/Empreendimento**

Descrição do empreendimento, seu histórico, estrutura organizacional, localização, contatos, parcerias, serviços terceirizados, etc, em caso de empresa já constituída, descrever também seu crescimento/faturamento dos últimos anos, sua razão social, e impostos.

- **Produtos e Serviços**

Descrição de quais são os produtos e serviços, como são produzidos, ciclo de vida, fatores tecnológicos envolvidos, pesquisa e desenvolvimento, principais clientes atuais, se detém marca e/ou patente de algum produto etc.

- **Análise de Mercado**

Deve-se mostrar que se conhece muito bem o mercado consumidor do produto/serviço (através de pesquisas de mercado): como está segmentado, as características do consumidor, análise da concorrência, a participação de mercado do empreendimento e a dos principais concorrentes, os riscos do negócio etc.

A análise do mercado envolve pelo menos três dimensões: o mercado consumidor atual e potencial, os fornecedores e os concorrentes atuais e potenciais. Esta análise pressupõe, assim, uma análise da procura e da oferta. Com os resultados obtidos, opte por apresentar dados estatísticos que funcionem como indicadores para a viabilidade do negócio, de acordo com a atuação do mercado.

É importante conhecer o cliente (público alvo); definir o âmbito geográfico de atuação da empresa, identificar os concorrentes, enunciar os pontos fracos e vantagens em relação a eles, estabelecer os fornecedores para dar resposta a todas as necessidades do negócio; delinear a estratégia de marketing.

- **Plano de Marketing**

O Plano de marketing deve mostrar como pretende vender seu produto/serviço e conquistar clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve-se abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, projeção de vendas, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade. Destaca-se ainda a necessidade da interação com os clientes buscando destes respostas para melhoria contínua.

- **Plano Financeiro**

O Plano Financeiro deve apresentar em números todas as ações planejadas de seu empreendimento e as comprovações, através de projeções futuras (quanto

precisa de capital, quando e com que propósito), de sucesso do negócio. Deve conter itens como fluxo de caixa com horizonte de 3 anos, balanço, ponto de equilíbrio, necessidades de investimento, lucratividade prevista, prazo de retorno sobre investimentos etc.

- **Plano de investimento**

Que tipo de necessidades são importantes e prioritárias para implementar o projeto, para saber qual o investimento que terá de ser realizado. Por exemplo:

- Instalações - a escolha das instalações é muito importante porque elas serão a "cara" da empresa\marca. Para além do aspecto estético, existem três questões práticas fulcrais: o valor do investimento, a funcionalidade e a localização.
- Equipamento - é mais um investimento sem o qual não se pode passar. A análise deverá ponderar o custo e produtividade dos equipamentos, assim como a duração e a forma de os disponibilizar (aquisição ou leasing).
- Seleção e Recrutamento de Pessoal - do trabalho da equipe depende o sucesso do projeto. Por isso, é fundamental apostar numa equipe competente, com a experiência necessária e com o perfil adequado. Além disso, o investimento deverá ainda contemplar formação dos colaboradores.
- Outras despesas - são despesas relacionadas com a própria constituição da empresa, com os estudos de mercado elaborados, etc.

- **Plano de exploração**

Nesta parte do Plano de Negócio, o empreendedor tem de analisar com rigor os proveitos e os custos. Ou seja, saber como vai ser produzido o seu

produto/serviço, quanto vai gastar e que rendimento irá obter. O plano de exploração permite-lhe conhecer o processo produtivo e os custos que a ele estão relacionados. Assim, terá de analisar os Proveitos (com as vendas do produto/serviço) e custos (fixos e variáveis).

- **Fontes de financiamento**

Para saber como financiar o projeto, efetuando primeiramente um levantamento de todos os meios de financiamento existentes, desde créditos bancários, leasings, capital de risco, etc. É importante conhecer cada uma das modalidades de financiamento para saber o cálculo da rentabilidade do negócio, pois parte das receitas têm como destino remunerar os capitais alheios. A elaboração de um plano de negócio bem estruturado e capaz de transmitir o potencial da empresa é um passo para conseguir boas condições de financiamento do capital.

- **Rentabilidade do projeto**

Finalmente, deveremos calcular a rentabilidade do nosso negócio, utilizando um dos seguintes métodos: TIR (Taxa Interna de Rentabilidade) VAL (Valor Atualizado Líquido), VAL for positivo, assim poderá avaliar se o projeto está no caminho certo, e também verificar qual Pay-Back, indicando ao investidor o tempo necessário para ter de novo o investimento que fez.

- **Como manter atual um Plano de Negócio?**

No ambiente que as empresas atuam tudo se transforma e evolui constantemente, sendo que geralmente o primeiro a mudar é o mercado onde o negócio está inserido. Se não se acompanhar estas evoluções e possíveis mudanças, a empresa pode enfrentar graves problemas. Para lidar com estas situações mais problemáticas, o plano que define o negócio deve estar preparado para as suportar, devendo para tal, ser regularmente revisto e atualizado, monitorando-o constantemente, assim é possível acompanhar o plano de negócio para identificar anomalias (positivas ou negativas) e desta forma, corrigir problemas, ou capitalizar as oportunidades que possam surgir.

Muitas empresas limitam-se a atualizar seu plano de negócio anualmente, desta forma, é apenas um documento que fica estático numa prateleira durante 12 meses, mas deveria ser atualizado quando surgem novas condições de mercado, ou quando ocorrem oportunidades estratégicas inesperadas.

Erros que se podem evitar com um Plano de Negócio

O empreendedor deve anotar o turbilhão de ideias que surgem na sua mente, assim torna-se mais fácil explicar e ilustrar os conceitos que vão desde os pilares até aos pormenores do negócio. Ao mesmo tempo que é mais fácil encontrar erros de raciocínio e de previsão, fica mais acessível a correção dos seguintes problemas:

- Sistemas de gestão mal concebidos;
- Pouca visão da envolvente;

- Má análise da concorrência;
- Plano financeiro inadequado;
- Não existência de um plano estratégico.
- **Atribuições do Empreendedor**

O mundo está mudando com uma velocidade incrível CHIAVENATO (2002), e as organizações também. Os novos tempos exigem novas posturas e novas soluções para problemas que, cada vez mais, envolvem diagnóstico, criatividade e inovação, comprometimento das pessoas envolvidas e, principalmente competências como liderança, gestão, comunicação e motivação. Este novo mundo traz como necessidade de demanda para o mercado de trabalho, profissionais altamente especializados e também capazes de continuar aprendendo por toda a sua vida útil. Com isso, o papel da empresa Training é desenvolver e capacitar estas pessoas que estão em busca de uma melhor alocação nas empresas em que desempenham seus papéis ou aqueles que visam o emprego ideal, seja ele o primeiro emprego ou não, ajudando-as através do ensino de qualidade e aconselhamento profissional de mercado a atuar, ajudando a ter melhores perspectivas de vida, com carreiras de ascensão promissoras e ousadas, através de aconselhamento como: de quais mercados devem atuar para que se tornem colaboradores de alto padrão, e alcançando em consequência a esse resultado, a qualidade de vida desejada.

Os profissionais precisam enfrentar diariamente novos parâmetros para que possam enfrentar ambientes de imprevisibilidade e instabilidade exacerbados com a globalização dos negócios. No momento atual da humanidade, apresenta-se a necessidade de se transformar o cenário organizacional, repensando as estratégias

de atuação profissional existentes, levando-se em consideração visões como de Peter Drucker (2001), que já anunciava que o alicerce e o fenômeno emergente da sociedade do conhecimento para o acesso ao trabalho ao emprego e a posição social se dariam por meio da educação, tal cenário caracteriza-se por uma maior especialização por parte do profissional, esse é o intuito da empresa Training, desenvolver, capacitar e qualificar profissionais adequados ao mundo globalizado em que vivemos.

Training Capacitação Profissional

Plano de Negócio

Dentro desta visão sistêmica apresentada no decorrer deste trabalho, deve-se por em prática os ensinamentos para o desenvolvimento da empresa Training Capacitação Profissional, compondo um planejamento estratégico para criar ações de um novo empreendimento, onde consiste em desenvolver serviços padronizados e oferecer soluções inteligentes para novos mercados profissionais, por meio de ensino de qualificação, buscando a excelência profissional e promovendo a melhora na qualidade de vida através da satisfação de todos os envolvidos, praticando a melhor capacitação e desenvolvimento profissional, por meio de uma organização de treinamentos auto-sustentáveis e com responsabilidade social.

A semântica da área de estratégia é imprecisa e confusa. Na vida real, inúmeras vezes o trabalho de formular estratégias para uma organização foi interrompido porque dois participantes significativos se recusaram a concordar com a definição de objetivos, meta, missão propósito etc. BETHLEM (1998)

Sumário Executivo

Um negócio precisa ser visto como um processo de satisfação de cliente, e não como um processo de produção de mercadorias. Os produtos são transitórios, mas as necessidades básicas e os grupos de clientes são eternos. O transporte é uma necessidade: o Cavalo e a carruagem, o automóvel, o trem, o avião e o caminhão são produtos que atendem a essa necessidade. KOTLER e KELLER (2006)

Este plano de negócio foi desenvolvido para apresentar a Training (Training Capacitação Profissional Ltda) a investidores, em perspectiva e para auxiliar no levantamento de 21.420,00 reais, de capitais necessários para o começo de suas funções e de seus serviços iniciais e para completar o desenvolvimento da sua linha completa de serviços voltados a capacitação profissional.

- **O que é o negócio:**

A Training Capacitação Profissional, é uma empresa desenvolvida para o mercado de capacitação profissional de colaboradores presencial nos estabelecimentos do cliente, (EAD) nas plataformas operacionais via internet ou semipresenciais estrutura cliente + EAD.

- **Quais os principais serviços:**

- Cursos de aperfeiçoamento profissional customizado de acordo com a necessidade da empresa contratante.
- Cursos de capacitação profissionais customizados e voltados ao mercado de trabalho específico de acordo com a necessidade da empresa contratante.
- Workshops voltados à necessidade do cliente.

- Seminários e palestras voltadas ao público alvo customizados conforme a necessidade da empresa.

- Consultoria na área de desenvolvimento profissional (Coach)

- **Os Principais produtos são:**

- Cursos de aperfeiçoamento profissional nas áreas: Gestão Estratégica, Gestão de Tecnologia da Informação, Gestão de Processos Decisórios, Gestão de Pessoas, Gestão de Logística e Distribuição, Gestão da Cadeia de Suprimentos (Supply Chain) e customizados conforme a necessidade do cliente.

- Cursos de capacitação profissional nas áreas de: Merchandising para Promotores de Vendas, Eventos, Recursos Humanos, Marketing Promocional, Vendas, Liderança para Supervisores e Coordenadores, Desenvolvimento Operacional, Gestão da Qualidade da prestação de serviços e cursos customizados conforme a necessidade do cliente.

- Workshop: Liderança, Técnicas de Vendas e Abordagem.

- Seminários voltados a Liderança ou customizados conforme a necessidade do cliente.

- Coach: Acompanhamento psicológico para o desenvolvimento profissional.

- **Quem serão seus principais clientes;**

Empresas de terceirização de mão de obra, prestadoras de serviços em geral, Empresas de micro, pequeno e meio porte.

- **Onde será localizada a empresa;**

Na região central de Curitiba

- **O montante de capital a ser investido;**

- Capital Próprio - Inicial de 50 mil reais para estruturas operacionais (móveis e computadores, servidores, plataforma e outros, contratações (funcionário e professores),

- Capital de terceiros - mais 21.420 mil reais para aplicações. Totalizando 71.420 mil reais.

- **Qual será o faturamento mensal;**

Inicial de 45.500 mil reais, após seis meses aproximadamente 55 mil reais, após um ano 60 mil reais.

- **Que lucro esperado a obter do negócio;**

Lucro líquido de 10 mil reais.

- **Em quanto tempo espera que o capital investido retorne.**

O Playback de dois anos e sete meses.

Indicadores de Viabilidade

- **Valores**

Lucratividade – 15 mil reais mês.

Rentabilidade – aproximada de 50 mil reais mês.

Prazo de retorno do investimento – 2,7 anos.

Descrição geral do empreendimento

- **Nome da Empresa:**

TRAINING - CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL.

- **Qual é o seu negócio?** Desenvolver a melhoria de vida das pessoas através da capacitação e desenvolvimento profissional.
- **Quem é o consumidor?** Empresas de Prestação de serviços e terceirizadoras de mão de obra de pequeno, médio e grande porte.

- **O que é valor para o consumidor?** É a dedicação da empresa em atuar com profissionalismo, de forma ética, eficiente, eficaz com o compromisso de entregar aquilo que cliente desejou e, se possível, encantá-lo, com a qualidade da dedicação no que foi combinado.
- **O que é importante para os empregados, fornecedores, sócios, comunidade, etc.** Valores voltados ao ser humano e a sociedade, de forma que, os mesmo sejam tratados de forma ética, com respeito e valorização de suas vidas.

Missão da Empresa

Desenvolver serviços padronizados e oferecer soluções inteligentes para novos mercados profissionais, por meio de ensino qualificado, buscando a excelência profissional e promovendo a melhoria qualidade de vida, através da satisfação de todos os envolvidos, praticando a melhor capacitação e desenvolvimento profissional, por meio de uma organização de treinamentos auto-sustentável e com responsabilidade social.

Setor de Atividade

A TRAINING - CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL, é uma empresa de prestação de serviços cujas atividades não resultam na entrega de mercadorias e, sim, no oferecimento do próprio trabalho ao consumidor, voltada ao desenvolvimento de capacitação profissional de pessoas com formatos de ensino presencial nos estabelecimentos do cliente, (EAD) nas Plataformas operacionais via internet ou semipresenciais estrutura cliente + EAD.

Forma Jurídica

A empresa TRAINING - CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL será regida sobre a forma jurídica de micro empresa – sobre o regime de Empresário: É aquele que exerce individualmente e de maneira organizada atividades voltadas para a produção ou comercialização de bens e serviços, sendo obrigatório seu registro na Junta Comercial. Não há a presença de sócios e o proprietário assume integralmente a responsabilidade pelos resultados e riscos. Nesse tipo de empresa, o dono responsabiliza-se pelas obrigações da empresa, que são **ILIMITADAS**, isto é, o patrimônio pessoal pode ser exigido para o pagamento de certas dívidas, como por exemplo: débitos trabalhistas, com fornecedores, tributos, danos ao consumidor, danos ambientais, etc.

Enquadramento Tributário

A empresa TRAINING - CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL serão regidos sobre a forma enquadramento SIMPLES onde é destinado às empresas que – com possibilidade de enquadramento – se beneficiarão da redução e simplificação de tributos, além do recolhimento de um imposto único. O enquadramento no SIMPLES está sujeito a aprovação da Receita Federal e leva em consideração a atividade e a estimativa de faturamento.

Capital Social

Nome do empresário	Valor de investimento R\$	% de participação
Ricardo José da Costa	71.420,00	100

Fonte de Recursos

Fonte de recursos nos valores de R\$50.000 e R\$21.420, advindos de capital próprio e de terceiros respectivamente, onde, a fonte de terceiros compreende a busca de empréstimos junto a instituições financeiras, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e HSBC Bank Corporation Brasil.

Plano de Marketing

- **Análise de Mercado**

A capacitação e o desenvolvimento profissional são um dos requisitos mais necessários aos profissionais da atualidade, tanto do ponto de vista das empresas, que muitas vezes se vêem em dificuldade para encontrar colaboradores qualificados quanto do ponto de vista do colaborador que busca direcionamento de seus talentos para garantir sua empregabilidade. Há anos atrás um profissional poderia passar

toda a sua vida útil sem aprender nada de novo, apenas fazendo o que aprendeu no início da carreira. Hoje isso é impossível. A globalização fez com que o mercado se tornasse mais complexo e dinâmico, exigindo das empresas rapidez e eficiência para lidar com as constantes mudanças, condição essencial para sua sobrevivência.

Naturalmente essa necessidade se refletiu nos profissionais. Nenhuma empresa hoje quer “mão-de-obra”. O que se procura são profissionais altamente capacitados, que assumam responsabilidades, tomem decisões e resolvam situações complexas e inusitadas com rapidez e segurança. Isso não aparece do nada. Somente com constante aperfeiçoamento e estudo, o profissional consegue as ferramentas necessárias para utilizar em suas atividades diárias dentro dessas condições. Esse cenário exige também uma base cada vez mais multidisciplinar. O objetivo de qualquer profissional atualmente é tentar ser o melhor possível na sua área de atuação, mas também obter conhecimento em outras áreas, saber muito de sua especialidade e, ao mesmo tempo, um pouco de tudo.

Por outro lado, as empresas devem fomentar esse desenvolvimento pessoal, incentivando sempre seus colaboradores a não estagnarem, pois, implementando a cultura de constante capacitação assim tanto profissional quanto empresa saem ganhando.

- **Identificando as Características Gerais dos Clientes**

Pessoas jurídicas (outras empresas)

Em que ramo atuam? Prestação de Serviços e terceirização.

Que tipo de produtos ou serviços oferecem? Serviços e terceirização em diversas áreas, tais como promoções, eventos, limpeza, gestão de RH e serviços.

Quantos empregados possuem? Acima de 30 empregados

Há quanto tempo estão no mercado? Em média mais de 10 anos atuando no mercado.

Possuem filiais? Onde? A maioria delas possui mais de uma filial situadas em diversas regiões do estado e em outros casos em outros estados.

Qual a sua capacidade de pagamento? A maioria em condição de faturamento para 30 dias.

Têm uma boa imagem no mercado? Infelizmente um número grande de prestadoras de serviços não é bem vista no Brasil, porque se dedicam a mão de obra barata como produto de oferecimento de redução de custos para as empresas contratantes, são um mal necessário, mas as exigências de qualidade de serviços prestados cobrados pelas contratantes vêm mudando este cenário, obrigando-as a investir em capacitação para que não percam clientes potenciais podendo entrar em futuros desacordos financeiros.

- **Identificando os Interesses e Comportamentos dos Clientes.**

Que quantidade e com qual frequência compram esse tipo de produto ou serviço? As empresas de prestação de serviços e terceirização cada vez mais investem boa parte de seus faturamentos em capacitação e desenvolvimentos, com uma quantidade cada vez maior, buscando parceiros para suas realizações de treinamentos muitas vezes com uma frequência bimestral com realizações de reciclagem e por causa o alto turn-over.

Onde costumam comprar? Eles mesmos costumam desenvolver os treinamentos, mas geralmente não atendem a demanda exigida pelo contratante.

Que preço pagam atualmente por esse produto ou serviço similar? Em média pagam em torno de R\$3.000 por curso, com duração média de 30 dias. e R\$1.500 por cursos semanais.

- **Identificando o que leva essas Empresas a Comprar**

O preço? Preços diferenciados

Cursos de capacitação 90 dias R\$3.000 para até 60 pessoas, carga horária de 320 horas 3 aulas semanais.

Cursos customizados de capacitação terão um preço inicial de R\$4.000 para até 60 pessoas

Cursos de aperfeiçoamento R\$1.500 com duração 30 dias carga horária de 40 horas.

Cursos aperfeiçoamentos customizados terão um preço inicial R\$2.000 com duração a ser definida com o contratante.

Workshop com duração de um dia (8 horas) – R\$1.500.

Palestras – R\$1.000 por duas horas.

Coach – R\$150 hora.

EAD – R\$2.000 seis meses carga horária de 100 horas, uma aula semanal

A qualidade dos produtos e/ou serviços? Cursos serão ministrados por profissionais qualificados para cada curso.

A marca? Conceituada em conformidade com a missão de negócio da empresa.

O prazo de entrega? Todos os prazos serem entregues nas datas acordados e a combinar com o cliente.

O prazo de pagamento? Prazos flexíveis e a combinar com o cliente.

O atendimento da empresa? Atendimento diferenciado com forme a necessidade do cliente.

- **Identificando onde Estão os seus Clientes**

A empresa TRAINING - CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL, sediada em Curitiba na região central irá atuar inicialmente apenas no estado do Paraná, onde aproximadamente mais de 100.000 funcionários terceirizados prestam serviços a empresas de todo o Brasil.

- **Estudo dos Clientes**

Público-alvo (perfil dos clientes)

Empresas de Prestação de serviços e terceirizadoras de mão de obra de pequeno, médio e grande porte, com faturamento acima de R\$100.000.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

Crescente busca por profissionais qualificados que atendam suas necessidades, a capacitação e o desenvolvimento profissional são os requisitos mais necessários aos profissionais da atualidade, tanto do ponto de vista das empresas, que muitas vezes se veem em dificuldades em encontrar colaboradores qualificados, quando do ponto de vista do colaborador, que busca direcionamento de seus talentos para garantir sua empregabilidade.

Área de abrangência (onde estão os clientes?) - Situados em todo estado do

Paraná, com pontos estratégicos situados em Londrina, Maringá, Foz do Iguaçu, Cascavel, Ponta Grossa e Curitiba.

Análise SWOT

PONTOS FORTES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Cursos customizados e diferenciados conforme a necessidade do cliente - Qualidade nos treinamentos - Qualidade de serviços prestados - Preços diferenciados - Boa localização - Profissionais qualificados para ministrar os cursos - Profissionais comprometidos com os resultados 	<ul style="list-style-type: none"> - Crescente busca por profissionais qualificados - Mercado em crescente ascensão - investimento em capacitação cada vez maior por parte dos trabalhadores
PONTOS FRACOS	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> - Baixo custo de investimento - Baixo poder de barganha - Limitação de estrutura física 	<ul style="list-style-type: none"> - Vasta gama de concorrentes - Falta de estrutura física - Empresas cada vez mais exigentes - Inadimplência dos clientes

• Principais serviços prestados

- Cursos de aperfeiçoamento profissional nas áreas: Gestão Estratégica, Gestão de Tecnologia da Informação, Gestão de Processos Decisórios, Gestão de Pessoas, Gestão de Logística e Distribuição, Gestão da Cadeia de Suprimentos (Supply Chain) e customizados conforme a necessidade do cliente.
- Cursos de capacitação profissional nas áreas de: Merchandising para Promotores de Vendas, Eventos, Recursos Humanos, Marketing Promocional, Vendas, Liderança para Supervisores e Coordenadores, Desenvolvimento Operacional, Gestão da Qualidade da prestação de serviços e cursos customizados conforme a necessidade do cliente.
- Workshop: Liderança, Técnicas de Vendas e Abordagem.

- Seminários voltados a Liderança ou customizados conforme a necessidade do cliente.
- Coach: Acompanhamento psicológico para o desenvolvimento profissional.

- **Preço**

Preços diferenciados

Cursos de capacitação 90 dias R\$3.000 para até 60 pessoas, carga horária de 320 horas, 3 aulas semanais.

Cursos customizados de capacitação terão um preço inicial de R\$4.000 para até 60 pessoas

Cursos de aperfeiçoamento R\$1.500 com duração 30 dias carga horária de 40 horas.

Cursos aperfeiçoamentos customizados terão um preço inicial R\$2.000 com duração de defini-la com o contratante.

Workshop com duração de um dia (8 horas) - R\$1.500.

Palestras - R\$1.000 por duas horas.

Coach – R\$150 hora

EAD – R\$2.000 seis meses, carga horária de 100 horas, uma aula semanal.

- **Estratégias Promocionais**

A empresa TRAINING - CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL. Terá como seus principais canais de comunicação e propaganda o rádio, jornais internet, mala direta, folhetos e cartões de visitas, e como estrutura de comercialização terá descontos (de acordo com os volumes comprados).

- **Localização do Negócio**

Na região central de Curitiba em um edifício comercial, com estrutura física de 80 metros quadrados, compostos de uma sala de reuniões, uma sala para o administrativo, recepção, quatro banheiros, um refeitório, uma sala de recepção. Com aluguel mensal de R\$1.500.

“O processo de planejamento consiste em uma pessoa se comprometer com métodos, verbas e tempo necessário à realização dos objetivos, estratégias e políticas. Além do mais se as fases precedentes de planejamento fornecem uma “visão Geral” estes planos operacionais dão os detalhes sem os quais esta “visão geral” não passaria de uma moldura vazia.” HAMPTON ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA (1983 p 11)

Parcerias

A Training Capacitação Profissional visa dirigir seus esforços para a disseminação de seus serviços, através de parcerias com centros educacionais de médio e grande porte, tais como faculdades, universidades e centro de capacitação,

para desenvolvimento e aplicação de sua missão, visando sempre estar alinhada com o comprometimento de educar e treinar com excelência e qualidade aqueles profissionais que buscam a o seus desenvolvimentos.

Plano Operacional

- **Capacidade produtiva**
- **Qual será a capacidade máxima de serviços e comercializados?**

Seis cursos de capacitação semanais, com duração de 90 dias com carga horária de 320 horas.

Oito cursos de aperfeiçoamento semanais, com duração de 30 dias, carga horária de 40 horas.

Oito cursos de aperfeiçoamentos e capacitação customizados com duração a definir com o cliente.

Dois Workshops mensais com duração de um dia (8 horas)

Quatro Palestras semanais com duração de duas horas.

Coach – 15 horas semanais de aconselhamento

Oito cursos ministrados por EAD – duração de seis meses carga horária de 100 horas, uma aula semanal.

Totalizando 32 cursos mensais

- **Qual será o volume de serviços e comercialização iniciais?**

Um curso de capacitação semanal com duração de 90 dias com carga horária de 320 horas.

Um curso de aperfeiçoamento semanal com duração de 30 dias com carga horária de 40 horas.

Um curso de aperfeiçoamentos e capacitação customizados com duração a definir com o cliente.

Um Workshop mensal com duração de um dia (8 horas)

Uma Palestra semanal com duração de duas horas.

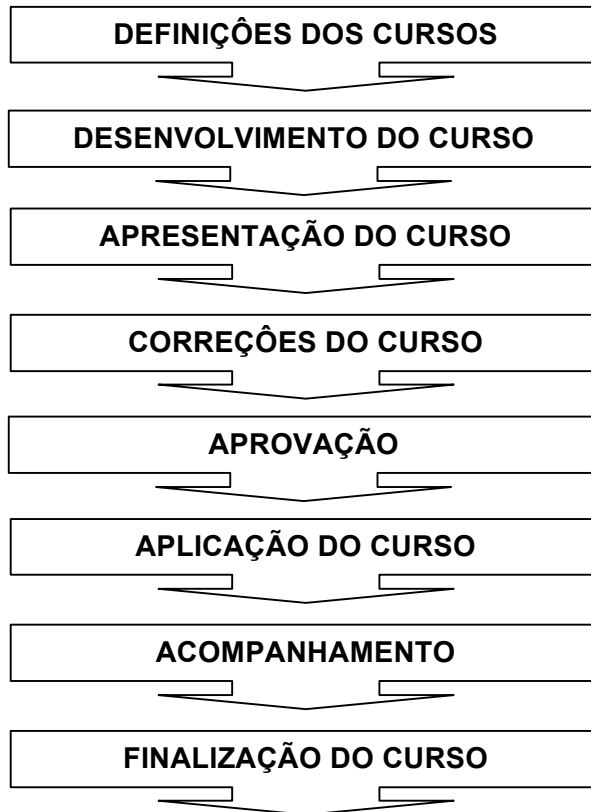
Coach – 5 horas semanais de aconselhamento

Um curso ministrado por EAD – duração de seis meses, carga horária de 100 horas uma aula semanal.

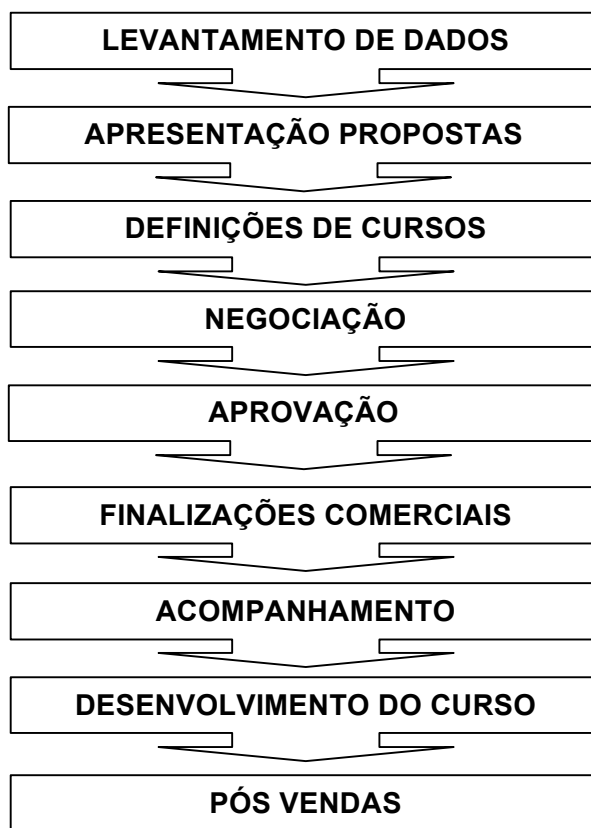
Totalizando sete cursos mensais

Processos Operacionais

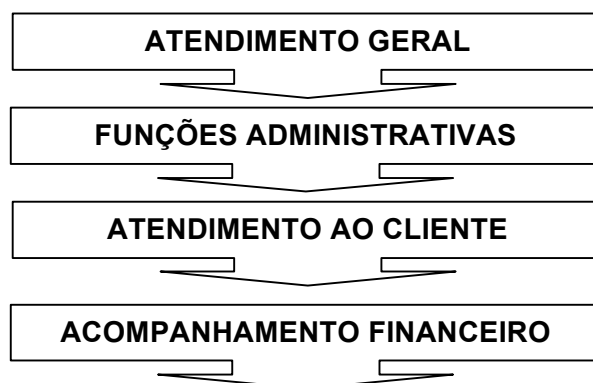
- Principais atividades do negócio.
- **DESENVOLVIMENTO DOS CURSOS**



- **VENDAS**



- ADMINISTRATIVO**



- NECESSIDADES DE PESSOAS**

CARGO/FUNÇÃO	QUALIFICAÇÕES NECESSÁRIAS
RECEPCIONISTA	2º GRAU, UM ANO DE EXPERIÊNCIA, COMUNICATIVA
ADM. FINANCEIRO	SUPERIOR EM CONTABILIDADE OU ADMINISTRAÇÃO, UM ANO DE EXPERIÊNCIA
ADM. GERAL/COMERCIAL	SUPERIOR EM ADMINISTRAÇÃO, UM ANO DE EXPERIÊNCIA
VENDEDOR	SUP. GESTÃO DE VENDAS, 2 ANOS DE EXPERIÊNCIA
PROFESSOR CURSOS	PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE PESSOAS E CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL, UM ANO DE EXPERIÊNCIA

Plano Financeiro

- **Investimentos fixos.**

Capital Próprio - Inicial de R\$50.000 para estruturas operacionais: móveis e computadores, servidores, plataforma, capital de giro, funcionários e outros.

Capital de Terceiros – R\$ 21.420

- **Capital de Giro.**

Capital R\$20 mil.

- **Investimentos pré-operacionais.**

Capital Próprio - Inicial de R\$30 mil.

Estimativa dos Investimentos Fixos

A – Máquinas e equipamentos.

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO R\$	TOTAL R\$
COMPUTADOR	3	1000,00	3000,00
NOTEBOOK	3	1190,00	3570,00
DATA SHOW	3	1190,00	3570,00
SUBTOTAL (A)			10140,00

B – Móveis e utensílios.

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO R\$	TOTAL R\$
CADEIRAS	50	190,00	19050,00
MESA	5	290,00	1450,00
MATERIAL ADM.	50	60,00	3000,00
Mão de obra	12	300,00	3600,00
SUBTOTAL (B)			27100,00
TOTAL (A+B)		37240,00	

Contas a Receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Média do prazo de financiamento a clientes, ou seja, do prazo concedido aos clientes para que estes efetuem o pagamento do que compraram.

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias Média	Ponderada em dias
A VISTA	20	0	0
A PRAZO (1)	45	30	13,5
A PRAZO (2)	30	60	18
A PRAZO (3)	5	90	4,5
Prazo médio total 36 dias			

No exemplo acima, para a política de vendas da empresa, estimou-se que:

- 20% das vendas serão à vista;
- 45% das vendas com 30 dias;
- 30% das vendas com 60 dias e
- 5% das vendas com 90 dias.

Cálculo da Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
Contas a Receber – prazo médio de vendas	36 dias
Subtotal 1	41 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
Fornecedores – prazo médio de compras	15 dias
Subtotal 2	15 dias
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias (Subtotal 1– Subtotal 2)	26 dias

Investimentos Pré-Operacionais

Investimentos Pré-Operacionais	R\$
Despesas de legalização	2.500,00
Obras civis e/ou reformas	4.500,00
Divulgação	1.500,00
Cursos e treinamentos	1.000,00
Outras despesas	590,00
TOTAL	10.090,0

• **Investimento Total**

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
1. Investimentos Fixos –	37.240,00	53
2. Capital de Giro – Quadro 5.2	14.000,00	28
3. Investimentos Pré-Operacionais	10.090,00	19
TOTAL (1 + 2 + 3)	71.420,00	100
Fontes de recursos	Valor (R\$)	(%)
1. Recursos próprios	50.000,00	77
2. Recursos de terceiros	21.420,00	23
3. Outros	0	0
TOTAL (1 + 2 + 3)	71.420,00	100

Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa

Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Cursos de capacitação 90 dias	2	3.000,00	6.000,00
Cursos customizados de capacitação	2	4.000,00	8.000,00
Cursos de aperfeiçoamento	3	1.500,00	4.500,00
Cursos aperfeiçoamentos customizados	2	1.500,00	3.000,00
Workshop	2	1.500,00	3.000,00
Palestras	8	1.000,00	8.000,00
Coach	20	150,00	3.000,00
<u>EAD</u>	<u>5</u>	<u>2.000,00</u>	<u>10.000,00</u>
TOTAL		45.500,00	

Estimativa de Custos Fixos Operacionais Mensais

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	1.500,00
IPTU	390,00
Água	80,00
Energia elétrica	500,00
Telefone	300,00
Honorários do contador	1.100,00
Pró-labore	5.000,00
Manutenção dos equipamentos	500,00
Salários + encargos – quadro 5.9	8.000,00
Material de limpeza	200,00
Material de escritório	300,00
Combustível	500,00
Serviços de terceiros	500,00
Outras despesas	600,00
TOTAL	19.420,00

Lucratividade

Receita Total:	45.500,00/mês
Lucro Líquido:	25.580,00/mês

$$\text{Lucratividade} = \frac{25.580,00}{45.500,00} \times 100 = \mathbf{56,21\% \text{ Ao Mês}}$$

Rentabilidade

Lucro Líquido:	25.580,00/mês
Investimento:	71.420,00

$$\text{Rentabilidade} = \frac{25.580,00}{71.420,00} \times 100 = \mathbf{35.81\% \text{ Ao Mês}}$$

Prazo de retorno

Lucro Líquido:	25.580,00/mês
Investimento:	71.420,00

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{71.420,00}{25.580,00} = \mathbf{2,7 \text{ anos}}$$

PLANO DE TRABALHO PEDAGÓGICO GERAL

CURSOS DE GESTÃO

TRAINING - CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL

- **EMENTA:**

Avaliação e gestão das atividades voltadas a segmentos variados, organização de grupos de trabalhos e atividades formativas visando contemplar as demandas dos do mercado de trabalho; construção de hábitos colaborativos e de trabalho em grupos e gestão de modo efetivo, elaboração de subsídios pedagógicos, técnicos e materiais didáticos visando a consecução dos objetivos das principais empresas de Curitiba e região.

- **TEMA (EIXO ESTRUTURANTE DAS ATIVIDADES FORMATIVAS):**

Gestão nas áreas de Estratégia, Tecnologia da Informação, processos Decisórios, Pessoas, Logística e Qualidade.

Data: a combinar e desenvolver.

Horário de Realização: 19h00min as 22h00min de Segunda a Sexta. Geral.

Locais de Realização: Sede da Training.

Público Alvo: Colaboradores de empresas de vários seguimentos.

Carga horária Total: 80 horas

Conclusão

Capacitar é tornar qualquer indivíduo habilitado para o desempenho de uma função, também é qualificar a pessoa para determinado trabalho, a importância da capacitação profissional para a vida das pessoas, encontra-se na possibilidade de acesso as oportunidades de trabalho, que por sua vez, têm suas características modificadas a cada dia. A capacitação não só dá condições para o exercício de determinadas profissões como também objetiva preparar para o mundo do trabalho, oferecendo a oportunidade de uma melhor adaptação ao mercado competitivo, uma vez que a pessoa deverá estar pronta, com hábitos e atitudes condizentes às exigências desse mercado, fazendo que as pessoas se preparem tanto para o mercado de trabalho formal, como para o mercado informal, oferecendo-lhe as possibilidades e alternativas de trabalho e renda, por meio de opções de atividades que correspondam à realidade atualizada do mundo do trabalho, é importante que se trabalhe as habilidades básicas, específicas e de gestão, ou seja, além de aprender especificamente determinada profissão, a pessoa deverá ser estimulada a exercitar suas competências básicas, que trata de sua apresentação pessoal, aparência, autoestima, comunicação, relacionamentos interpessoais, e sua capacidade de se auto gerir, tomar decisões, participar de trabalho em equipe, bem como do seu processo de desenvolvimento no trabalho.

Qualificação profissional nada mais é do que a preparação do cidadão através de uma formação profissional para que ele ou ela possa aprimorar suas habilidades para executar funções específicas demandadas pelo mercado de trabalho, não é uma formação completa, é utilizada como complemento da educação formal podendo ser aplicada nos níveis básico, médio ou superior. Sua carga horária

vai depender da necessidade de aprendizagem, sendo que seu objetivo principal é a incorporação de conhecimentos teóricos, técnicos e operacionais relacionados à produção de bens e serviços, por meio de processos educativos desenvolvidos em diversas instâncias. No mundo globalizado, o mercado de trabalho mostra-se cada vez mais exigente, e a busca por uma colocação profissional não é mais uma questão de empenho ou de sorte, e sim de qualificação profissional adequada, onde deve ser vista como fator determinante para o futuro daqueles que estão buscando uma colocação no mercado de trabalho, sendo ainda de suma importância aos que buscam manter a posição ocupada, alimentando chances reais de crescimento nas corporações, o que nos leva a crer que a medida que o tempo passa e o mundo evolui, muito além da experiência, adquirir e renovar conhecimento torna-se inevitável.

Neste parecer conclui-se que a criação da empresa Training Capacitação Profissional só poderá ser desenvolvida no período de dois anos a partir de 2010, devido a pouca experiência de mercado nesta função, contudo, neste período, será especialmente destinado a qualificações de desenvolvimento profissional, angariação de mais informações, onde o engamento neste meio empresarial dentro do universo educacional é vital, visando ampliação de novos conceitos e parcerias para o desenvolvimento desta empresa.

“A mente que se abre a uma nova idéia jamais voltará ao seu tamanho original”.

ALBERT EINSTEIN

ANEXO

Dados do Perfil do Empreendedor, Experiência Profissional e Atribuições

Ricardo José da Costa

COMPETÊNCIAS:

- Avaliar pessoas, Orientado ao serviço, Conhecimento político, Consciência Organizacional, Facilitador, Cooperação, trabalho e espírito de equipe, Pró-atividade, Qualidade de decisão, Gerenciamento de Conflitos, Pensamento Estratégico, Negociante, Comprometido a fazer a diferença, Estabelecer e focar prioridades, Esforçado, Prudência e facilidade de trabalho sobre pressão.

RESUMO DE QUALIFICAÇÕES:

- 8 anos de experiência nas área da gestão administrativa, supervisão, coordenação, comercial e promocional, responsável por desenvolvimento e aplicação de projetos, treinamentos, rotinas administrativas, gestão de pessoas, experiência com trabalho em equipes.

FORMAÇÃO ACADÊMICA:

- **Pós graduação (MBA) Gestão Estratégica** – Universidade Federal do Paraná UFPR – Curitiba - PR. **Conclusão 14/06/2010. DISCIPLINAS ESPECÍFICAS C/H 420 horas.**

Fundamentos da Gestão Estratégica, Estratégia Organizacional, Sistema de Informação e Processo Decisório, Gestão Estratégica de Operações e Serviços, Comportamento Organizacional, Gestão Estratégica de Tecnologia e Inovação, Comportamento do Consumidor, Gestão Estratégica de Pessoas, Fundamentos da Economia Internacional, Planejamento e Gestão da Cadeia de Suprimento, Gestão Estratégica das Finanças Organizacionais, Estratégia de Marketing, Jogos de Empresa, Seminários Aplicados.

- **Curso de Graduação em Gestão de Negócios** – Universidade Braz Cubas UBC – Curitiba – PR. **conclusão em 20/12/2008.**
- **Curso de Administração com Ênfase em Marketing** – Centro Universitário Feevale – Novo Hamburgo – RS. 2003/05.

CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO:

- **Economia Empresarial** – (Estação Business School – Curitiba – PR). **Conclusão 07/2009 – 24 horas.**
- **Gestão de Negócios** - (Estação Business School – Curitiba – PR). **Conclusão 06/2010 – 24 horas.**
- **Negociação Estratégica** - (Estação Business School – Curitiba – PR). **Conclusão 07/2010 – 24 horas.**

- **Liderança e Gestão de Equipes** - (Estação Business School – Curitiba – PR). **Conclusão 09/2010 – 24 horas.**
- **Estratégia Empresarial** – (Estação Business School – Curitiba – PR). **Conclusão 10/2010 – 24 horas.**
- **Liderança Organizacional** - (Estação Business School – Curitiba – PR). **Conclusão 10/2010 – 24 horas.**

CURSOS COMPLEMENTAR:

- **Informática** - (SENAC). **Conclusão em 1998, com atualizações em 2008 - 32 horas.**
- **Marketing e Merchandising** - (Ágape treinamento e desenvolvimento s/c Ltda.) **(Promoções). Conclusão em 1999 - 12 horas.**
- **RH Básico** - (A.G.Q Associação Gaúcha para qualidade Total) **Conclusão em 2003 - 20 horas.**
- **Gestão da Qualidade Total** - (A.G.Q Associação Gaúcha para Qualidade). **Conclusão em 2003. DISCIPLINAS ESPECÍFICAS C/H 40 horas.**

Gerenciamento da Qualidade Total, Conceitos de Liderança, Planejamento Estratégico, Gerenciamento da Rotina de Trabalho e Melhorias do Trabalho, Manutenção do Sistema 5'S, Gestão de Processos, Metodologia Análise de Solução de Problemas (Ferramentas MASP), Padronização, Indicadores de Desempenho, Planilhas de Acompanhamento de Resultados, Reuniões e Técnicas de Apresentação, Exercícios Práticos.

- **Grupos participativos com conclusão em 2003. DISCIPLINAS ESPECÍFICAS C/H 10 horas.**

Funcionamento, Estrutura, Metodologia, Tipos de Grupos; Treinamentos.

- **Estação Business School.**
 - Fórum Global de liderança **Conclusão 2009 – 10horas**
 - Fórum Global de liderança **Conclusão 2010 – 10horas**
- **Universidade Braz Cubas de Mogi das Cruzes São Paulo.**
 - **1º Gestão e Conhecimento (Globalização e Inclusão Social).** (Simpósio de Ciências Sociais Aplicadas e Tecnologias). **Conclusão 2007 – 10horas**
 - **2º Gestão e Conhecimento (Seminário Acadêmico Empresarial).** (Simpósio de Ciências Sociais Aplicadas e Tecnologias). **Conclusão 2007 – 10 horas**
 - **3º Gestão e Conhecimento (Ética e Responsabilidade Social, Palestras e Debates).** (Simpósio de Ciências Sociais Aplicadas e Tecnologias). **Conclusão 2007 – 10 horas.**

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL:

- **Gazeta do Povo (grupo RPC de Comunicação) – Coordenador e vendas Externas (2010...)**
 Coordenação venda de rua, análise de vendas, planejamento estratégico para ações de vendas, coordenação e acompanhamento de agências prestadoras de serviços, desenvolvimento de planos de melhoria, inovações de venda avulsa, treinamentos, controle de relatórios semanais e diários
- **Prime Recursos Humanos - Supervisor Pessoal de Promoções e RH. (2006 – 2009).**
 Supervisão equipes promotores degustadores e demonstradores cooperados e exclusivos, Supervisão de prestação de serviços nas áreas de promoções, marketing promocional, merchandising e eventos, Recrutamento, seleção,

contratação e práticas de gestão de pessoas, Desenvolvimento e implantação de técnicas de treinamentos especializados para colaboradores, Implantação de dinâmicas de grupos, Controle de relatórios, roteiros, pesquisas e rotinas de administrativa em geral, Coordenação de pós-vendas, Gerenciamento de contratos, Atendimento ao cliente e Supervisão lojas (grandes redes varejo canal alimentar), Paraná e Santa Catarina.

- **Viação Hamburguesa Ltda. - Assessor de Desenvolvimento e Qualidade. (2003/05).**

Palestras e treinamento de colaboradores, Padronização do gerenciamento, rotina do trabalho, Implantação de projetos para a melhoria do trabalho, Planejamento estratégico voltado a gestão da qualidade, Implantação de Gerenciamento da Qualidade Total (TQM), Desenvolvimento de ferramentas para soluções de problemas, Pesquisas e desenvolvimentos, Supervisão equipe para elaboração do cartão eletrônico para estudantes (passe para roletas eletrônicas integradas). Atendimento direto ao cliente e a comunidade.

- **Bettanin Industrial S/A - Supervisor de Promoções e Merchandising. (1999/02).**

Supervisão equipes e promotores exclusivos, Coordenação de promoções, marketing promocional e merchandising, Recrutamento, seleção, contratação e práticas de gestão de pessoas, Desenvolvimento e implantação de técnicas de treinamentos especializados para colaboradores, Implantação de dinâmicas de grupos, Controle de relatórios, roteiros, pesquisas e rotinas de administrativa em geral, Coordenação de pós-vendas, Atendimento ao cliente

e Supervisão lojas (grandes redes varejo canal alimentar), todo Paraná e Santa Catarina.

INVESTIMENTO EM QUALIFICAÇÃO:

- **RELATÓRIO PEAKS** - É um sistema de avaliação psicométrica desenvolvida pela Research Communication International (RCI). É o acrônimo de Propósito, Energia, Afirmação, Conhecimento (Knowlwdge) e Sustentabilidade. É um inventário da personalidade e perfil profissional, caso aja interesse estarei disponibilizando ao entrevistaste.

COACH – Consultoria através de orientação profissional voltada à psicologia do trabalho para desenvolvimento e potencialização da carreira.

BIBLIOGRAFIA

- CHIAVENATO, IDALBERTO - **Recursos Humanos**, São Paulo: Makron Books, 2002.
- CHIAVENATO, IDALBERTO – **Intrusão à Teoria Geral da Administração**, 3ª edição, São Paulo, Makron Books, 1983.
- HAMPTON, DAVID R. – **Administração Contemporânea**, 3ª edição, São Paulo: Makron Books, 1992.
- BETHLEM, AGRÍCOL DE SOUZA – **Estratégia Empresarial**, São Paulo, Atlas, 1998.
- KOTLER, PHILIP – **Administração de Marketing**, 12ª edição, São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2006.
- DAY, GEORGES S.. – **A Empresa Orientada para o Mercado**, Porto Alegre, Bookman, 2001.
- SIEGEL, ERIC S., – SCHULTZ, LOREN A., - FORD, BRIAN R., CARNEY, DAVID C, **Guia da Ernst & Young Para desenvolver seu Plano de Negócios**, Rio de Janeiro, Editora Record, 1992
- **Biblioteca Digital**
- http://pt.wikipedia.org/wiki/Plano_de_neg%C3%B3cios. Acesso no dia 14/08/2010

- <http://www.sebrae.com.br/uf/mato-grosso-do-sul/acesse/plano-de-negocios>
Acesso no dia 14/08/2010
- <http://www.cimentoitambe.com.br/massa-cinzenta/programa-de-treinamento-como-quando-e-por-que-aplicar/> Acesso no dia 14/08/2010
- <http://www.guiarh.com.br/PAGINA22B.html>. Acesso no dia 28/08/2010
- <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/acoes-de-capacitacao-profissional-sao-pontos-de-partida-para-transformacoes-no-cenario-organizacional/20810/>. Acesso no dia 04/09/2010
- <http://www.esoterikha.com/coaching-pnl/capacitacao-profissional-nas-empresas-importancia-da-qualificacao.php>. Acesso no dia 04/09/2010